

DAFTAR PUSTAKA

- Amanu, H. & Lovia Evanne. (2019). Pengaruh Iklan Media Cetak (Brosur) terhadap Tingkat Penjualan CV. Pinang Advertising Tanjungpinang, *Journal Binadarma*, 10(1).129-143.
- Arafah, H. Q. L. (2015). Sistem Informasi Penjualan Mebel Secara Online pada Toko Kencana Jati Raya Semarang, *Artikel Universitas Dian Nuswantoro*. 195-204.1-12.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanti, N. (2014). Pengaruh Bauran Promosi terhadap Volume Penjualan Sepeda Motor Yamaha Mio pada Pt. Alfa Scorpii Sentral Yamaha, *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 14(1).98-110.
- Asmawati, T. (2015). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah sebagai Upaya Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Pedesaan di Masyarakat Kecamatan Manyaran Kabupaten Wonogiri, *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Akuntansi dan Keuangan*. 254-269.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan di Cavinton Hotel Yogyakarta, *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2).83-96.
- Bimantara, P. (2017). Proses Komunikasi Pemasaran Personal Selling Studi Deskriptif Kualitatif pada Penjualan Produk Herbal Bio7 PT. Unimex Distributor Cabang Kuningan, *Jurnal JIKE*, 1(1).16-27.
- Budiaman, A. dkk. (2014). Kayu Sisa Penjarangan dan Tebang Habis Hutan Tanaman Jati, *Jurnal Hutan Tropis*, 2(1).9-15.
- Carrisa, A. D. (2016). Pengaruh Desain Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor Yamaha Vega, *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(1).117-127.
- Daryono. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. Yrama Widya.

- Gao, S. (2017). Study on the Marketing Strategy of Vipshop Sale, *Advances in Social Science, Education and Humanities Research (ASSEHR)*, 156. 437-440.
- Harsono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan*. Sukoharjo: CV. Jasmine.
- Harto, H. P. (2014). Trend Desain Furnitur (Pemakai, Nilai Ekonomis, dan Pengembangannya), *Corak Jurnal Seni Kriya*, 3(1).1-11.
- Hasan, Ali. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Hedynata, M. L. & Radianto, W. E. D. (2016). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Penjualan Luscious Chocolate Potato Snack, *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(1).87-96.
- Hutabarat, E. (2017). Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan Motor, *Jurnal Ilmiah Methonomi*, 3(1).112-121.
- Hutabarat, Jemsly. (2012). Strategi Pendekatan Komprehensif Dan Terintegrasi “Strategic Excellence” dan “Operational Excellence”. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Isoraite, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects, *International Journal Of Research Granthaalayah*, 4(6).25-37.
- Jurnalis (Kompas.com). (2012). *5 Sebab Bisnis Gagal*. (Online), tersedia: <http://amp.kompas.com/lifestyle/read/2012/03/26/15345837/~Wirausaha~Tips>.
- Kawileh, F. A. (2014). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Langsung dan Tidak Langsung terhadap Volume Penjualan Tekstil di PT. Sari Warna Asli Karanganyar, *Artikel Ilmiah*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P. dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kustiyah, E. & Irawan. (2014). Hubungan Bauran Pemasaran dengan Volume Penjualan di Pasar Malam Ngarsopuro Surakarta, *Jurnal Paradigma*, 12(01).1-11.
- Kusuma, T. W. (2015). Penerapan Strategi Pemasaran Yang Tepat Bagi Perusahaan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Pt Hikmah Cipta Perkasa Jakarta, *Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1).111-126.

- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Makmur & Saprijal. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada S-Mart Swalayan, Pasir Pangaraian), *Jurnal Ilmiah Ekonomos*, 3(1).41-56.
- Melisa, Y. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Ritel terhadap Keputusan Pembelian Ulang Konsumen Mega Prima Swalayan Payakumbuh, *Jurnal Manajemen*, 1(1).1-20.
- Moloeng, Lexy J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Bandung.
- Ndari, D. P. (2015). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian pada UD UPINDO Raya Cabang Tanah Grogot, *eJournal Administrasi Bisnis*, 3(3).612-625.
- Noviyanti, E. dkk. (2015). Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan dan Keputusan Pembelian pada UD. Prima Tulungagung, *Riset Mahasiswa Ekonomi*, 2(1).31-47.
- Pitanatri, P. D. S. (2018). *Buku Ajar Dasar-Dasar Pemasaran*. Bali: Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali.
- Putra, A. (2015). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada CV. Waty Grafika Medan, *Jurnal Ilmiah Integritas*, 1(3).111-117.
- Rahayu, S. (2018). Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Furniture pada CV. Pelita Jaya Padang, *Ensiklopedia of Journal*, 1(1).244-247.
- Ratini, P. M. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Tiara Dewata Denpasar, *Vorum Manajemen*, 12(1).15-29.
- Rofi'i, N. A. (2019). "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan pada Produk DR. Kebab Bara Satriya Sidoharjo". Skripsi. Program Studi Manajemen. FEB. Universitas Muhammadiyah Surabaya.

- Shinta, A. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press Anggota IKAPI.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Supriadi, A. (1997). Efisiensi Saluran Distribusi Produk Mebel: Studi Kasus Pada Perusahaan Mebel Ukir di Jepara, *Buletin Penelitian Hasil Hutan*, 15(4).267-278
- Sutama. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, PTK, Mix Method, R & D*. Sukoharjo: CV. Jasmine.
- Wicaksana, G. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada PT. Anugrah Putra Siantan, *Jurnal Valtech*, 2(2).34-40.
- Wijaya, H. & Hani Sirine. (2019). Strategi Segmenting, Targeting, Positioning serta Strategi Harga pada Perusahaan Kecap Blekok di Cilacap, *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 01(03).175-190.
- Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Kencana.